

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**  
**DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**



**TEMA:**

***“ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA MARCA PERSONAL DE  
WILBER FRANCISCO AVELAR RAMÍREZ”***

**PRESENTADO POR:**

**CÉSAR ADRIÁN HERNÁNDEZ LEÓN**

**CARNÉ:**

**HL17037**

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS  
DIGITALES Y REDES SOCIALES PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE  
LICENCIATURA EN PERIODISMO**

**LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ**

**DOCENTE DEL CURSO**

**MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO**

**COORDINADOR DEL CURSO**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA,  
SAN SALVADOR CENTRO, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA,**

**OCTUBRE DE 2024**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

**RECTOR**

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN MATA

**VICERRECTORA ACADÉMICA**

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

LICENCIADO PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

**SECRETARIO GENERAL**

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR

**DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

LICENCIADO CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA

**FISCAL GENERAL**

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA

**DECANO**

MAESTRA MARIA CRUZ JURADO

**VICEDECANA**

MAESTRA NATIVIDAD TESHÉ PADILLA

**SECRETARIA**

**AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**

LICENCIADO EDIS EDGARDO MONGE

**JEFE DE DEPARTAMENTO**

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

LICENCIADA SILVIA MARÍA ESTRADA LÓPEZ

**DOCENTE DEL CURSO**

## **AGRADECIMIENTOS**

Sinceros agradecimientos a Dios que es el que nos permite tener vida para seguir luchando y estudiando, y la más importante de todas las personas:

Mi mamá, agradezco que sin esperar nada a cambio ha dado todo su tiempo, recursos y más, para apoyar cada proyecto en mi vida y sin duda esta es una de las más grandes.

El poder estudiar la licenciatura en Periodismo ha sido una de las cosas que más he disfrutado, esto porque me formó como profesional en la carrera y en el ámbito laboral.

Igualmente, agradezco a mi papá que ha sido el que me ha dado valentía y apoyo monetario para continuar y llegar hasta el fin de esta carrera.

## ÍNDICE

RESUMEN .....	7
INTRODUCCIÓN.....	7
REDES SELECCIONADAS.....	9
SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA .....	10
SERVICIOS DE LA MARCA .....	11
ANÁLISIS FODA .....	12
COMPETENCIAS DE LA MARCA EN LINKEDIN E INSTAGRAM.....	13
BUYER PERSONA – INSTAGRAM.....	21
OBJETIVOS .....	27
CANALES DIGITALES – LINKEDIN.....	28
CANALES DIGITALES – INSTAGRAM .....	29
LINEAS DE CONTENIDO .....	30
SUBTEMAS .....	31
KPIS A MEDIR EN LINKEDIN .....	32
KPI'S A MEDIR EN INSTAGRAM .....	33
CALENDARIO DE CONTENIDO.....	34
CALENDARIO QUINCENAL DE INSTAGRAM.....	35
CALENDARIO QUINCENAL DE LINKEDIN .....	41
BIBLIOGRAFÍA .....	48
ANEXOS .....	49

## RESUMEN

En el presente trabajo titulado: Estrategia de Marketing Digital para Marca Personal de Wilber Francisco Avelar Ramírez, presenta la estrategia de la marca antes mencionada, centrada en la creación, fortalecimiento y posicionamiento en redes sociales. La investigación aborda los siguientes puntos clave: Identificación de la Marca, se explora cómo Ramírez ha definido su identidad de marca, estableciendo una propuesta de valor clara que resalta sus competencias y la experiencia que ofrece a su audiencia. Contenido Estratégico: La creación de contenido se presenta como un pilar fundamental de su estrategia. Ramírez produce y comparte contenido en diversas plataformas digitales, incluyendo blogs, redes sociales y videos, orientado a informar y educar a su público objetivo. Uso de Redes Sociales: La tesis examina su enfoque en redes sociales como herramientas para interactuar con seguidores, construir relaciones y fomentar una comunidad leal. Se analiza y planifica cómo estas plataformas han amplificado su alcance y reputación, pensando en cuáles son esas redes sociales que puedan impulsar la marca como la mejor del mercado. Uso de SEO: para captar a un público más amplio es necesario implementar el uso de las palabras SEO y en esta tesis se hace uso de palabras claves que hagan más fácil la búsqueda de los bienes o servicios que proporciona la marca.

***Palabras clave:*** marketing digital, marca personal, redes sociales, buyer persona, kpis.

## INTRODUCCIÓN

En la era digital, construir una marca personal sólida es crucial para destacar en un mercado competitivo. La estrategia de marketing digital es esencial para gestionar la reputación, establecer una identidad y conectar con la audiencia.

Esta tesis explora herramientas y tácticas de marketing digital, como la creación de contenido, el uso de redes sociales y el networking, para ser reconocidos como principal marca de Marketing en El Salvador y el resto de los países.

A medida que las plataformas evolucionan, los profesionales deben adaptarse para posicionarse como líderes en sus campos. A través de un análisis de casos de éxito y teorías de marketing, esta investigación ofrece un marco práctico para implementar estrategias efectivas en el desarrollo de marcas personales

## REDES SELECCIONADAS

### LinkedIn

Tiene más de 700 millones de miembros activos en más de 200 países y regiones de todo el mundo. Es una plataforma de redes sociales enfocada en el ámbito profesional. Fundada en 2003, se ha convertido en una herramienta clave para la construcción de redes de contactos, la búsqueda de empleo y el desarrollo de marcas personales, la ideal para proyectar profesionalmente la marca de Francisco Ramírez.

#### Funciones Principales:

- **Perfiles Profesionales:** Los usuarios pueden crear perfiles que actúan como currículums en línea, donde incluyen experiencia laboral, educación, habilidades y recomendaciones.
- **Grupos y Comunidades:** Los usuarios pueden unirse a grupos relacionados con sus intereses profesionales, facilitando el intercambio de conocimientos y la creación de redes.
- **Búsqueda de Empleo:** LinkedIn cuenta con una sección dedicada a ofertas de empleo, donde los usuarios pueden buscar oportunidades laborales y postularse directamente

### Instagram

Instagram es una plataforma de redes sociales lanzada en 2010, centrada en la compartición de fotos y videos. Es conocida por su enfoque visual y ha crecido hasta convertirse en una de las redes más populares del mundo.

Instagram cuenta con más de 2 mil millones de usuarios activos. Según un informe de We Are Social y Meltwater, en enero de 2024, había 5,05 billones de usuarios activos a nivel global, lo que representa un aumento del 5,6% en comparación con enero de 2023.

Es la red social ideal para la marca personal de Francisco Ramírez, ya que, con la cantidad de personas visualizando el contenido de Instagram puede tener un alcance mayor que en otras redes.

## SITUACIÓN ACTUAL DE LA MARCA

La marca “Frank Ramírez” va recién iniciando en Instagram y linkedin, sin embargo, el fin es llegar a un hecho de emprendedores, microempresas y cualquier persona que necesite promocionar su negocio e incrementar su popularidad en las redes sociales.

Y en vista que esta marca se especializa en dar consultorías de cómo las personas pueden aumentar seguidores, likes y ventas es necesario potenciar la y optimizarla.

Uno de los principales retos que la marca atraviesa es la gran competencia en el mercado, ya que, las redes sociales en la actualidad albergan a muchos estrategas y consultores para marketing de las marcas que buscan ser reconocidas o tener más ventas por medio de redes sociales.

Por esta razón, se vio en la necesidad de crear una estrategia de marketing para potenciar la visión de la marca de Frank Ramírez y poder así, incursionar en el mercado como la mejor empresa de marketing digital.



## **SERVICIOS DE LA MARCA**

- **Consultoría Digital**

Las consultorías se realizarán de manera virtual con las personas que contraten el servicio, el precio oscilarán entre \$150.00 a \$200.00 por consultoría. En cada una se ofrecerán objetivos SMART para la marca que solicite ayuda, plan estratégico para contenidos en redes sociales, y calendario de contenido y creación de piezas gráficas con costos extras.

- **Estrategia de Marketing Digital**

En este servicio se realizará un plan detallado de los contenidos que se publicarán en las redes sociales de los clientes, así como buscar los Buyer persona que sean los ideales para el interés de la marca.

Este servicio costará entre \$100.00 a \$150.00 y será abierto a cualquier entidad, ya sea, personas naturales, empresas, micro empresas, emprendedores y otros.

- **Gestión de Redes Sociales**

Gestionar las redes sociales de la marca que contrate el servicio constará de monitorear métricas de publicaciones, monitorear competencias y publicaciones similares a las que la marca Frank Ramírez.

El precio de este servicio estará entre los \$150.00 a \$200.00 por Facebook, Instagram, LinkedIn y Tiktok será extra.

## ANÁLISIS FODA

### Internas

- **Fortalezas:**
- Gran capacidad de invención.
- Creativo.
- Respetuoso y leal.
- Originalidad
- Abierto al diálogo.
- Incluyente.
- Debilidades:

### Externas

- **Oportunidades:**
- Amplio mercado en redes sociales.
- Curso sobre edición de fotografía y videos.
- tener experiencia en creación de contenido.
- Facilidad de comprensión del estado del mercado.
- **Debilidades:**
- Nueva marca recién iniciando.
- Faltan herramientas para pulir las piezas audiovisuales.
- Aún no cuenta con compradores potenciales y fieles.
- No tiene seguidores en las redes sociales.
- **Amenazas:**
- Marcas posicionadas con trayectoria en Marketing
- Se debe tener tiempo completo para dedicarse a Marketing Digital.
- Es un mercado demasiado amplio, y con muchas marcas.
- Consultorías gratuitas en redes sociales de otras marcas.

## COMPETENCIAS DE LA MARCA EN LINKEDIN E INSTAGRAM

### Instagram y LinkedIn

#### PLINK SOLUTIONS

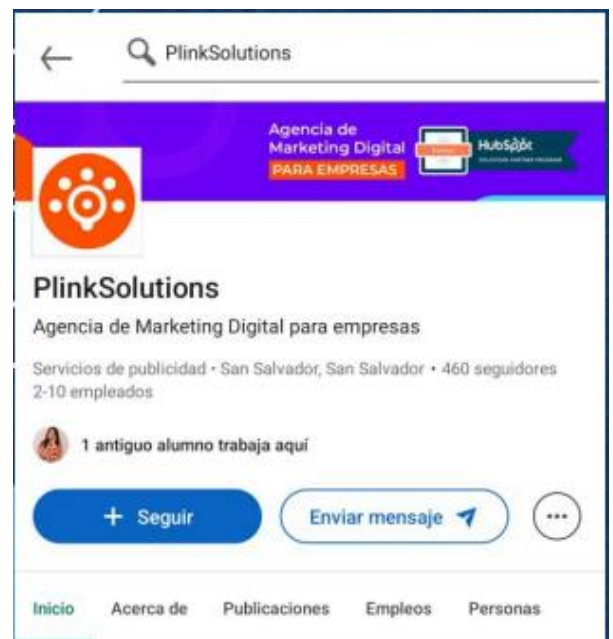
Marketing Digital La marca “Plink Solutions” es una empresa salvadoreña que se especializa en Marketing Digital, enfocada en creación de contenido para otras marcas o empresas.

Esta agencia se encarga de asuntos relacionados con montajes de tiendas online, e-commerce, implementación de CRM, Publicidad Digital y Creación de Contenido, tanto para sitios web como para aplicaciones.

Ayudan a alcanzar los objetivos comerciales de las empresas.

Las publicaciones de esta marca incitan a todas las personas a unirse a Plink Solutions, esto por medio de CTA para ingresar a tutoriales, artículos, consultorías y más.

En dichas publicaciones dan una parte de las respuestas que las personas andan buscando, luego agregan el CTA para que los redirijan a sus diferentes plataformas para continuar con la información que se proporciona en Instagram.



## Instagram y LinkedIn

### EMKT\_COMPANY

Salva Esta empresa es experta en ventas y conversiones digitales, ayudan a las marcas a incrementar la cantidad de tráfico de sus redes sociales y ganancias.

Se encargan profesionalmente en las estrategias que las marcas deben seguir para alcanzar cierto número de seguidores nuevos y más ventas.

Tienen experiencia en SEO, Marketing Digital, Multimedia y Branding.

Las publicaciones de esta marca están dirigidas al público con el fin de, asesorarlos para incrementar la factibilidad de la marca que busca más tráfico en redes sociales.

Asimismo, explican cómo pueden elevar ventas en fechas específicas, con la ayuda de marketing en redes sociales. Ya que, se especializan en estrategias que buscan conectar con públicos en general, empresas, microempresas, y emprendedores.



## Instagram y LinkedIn

### CATMEDIA EL SALVADOR

Catmedia es una compañía salvadoreña muy bien posicionada en el área de publicidad y Marketing Digital, trabajan con más de 9 países y tienen estrategias sólidas para crecer en redes sociales, una de las más fuertes es en la plataforma Tik Tok, en donde existe una gran cantidad de marcas y compradores potenciales.

Usan sus diferentes redes sociales para distribuir los bienes y servicios que puedan llamar la atención de muchas personas, esto por la colorimetría que tienen sus logos y ediciones, video, imágenes y más.

Las publicaciones de esta empresa van dirigida a un público objetivo en su mayoría a los emprendedores que quieren llegar a los jóvenes, esto debido a que publican muchos anuncios de cómo crecer en Tik Tok.

Esta marca denota creatividad en las publicaciones, incorporando muchos elementos llamativos para todo público.



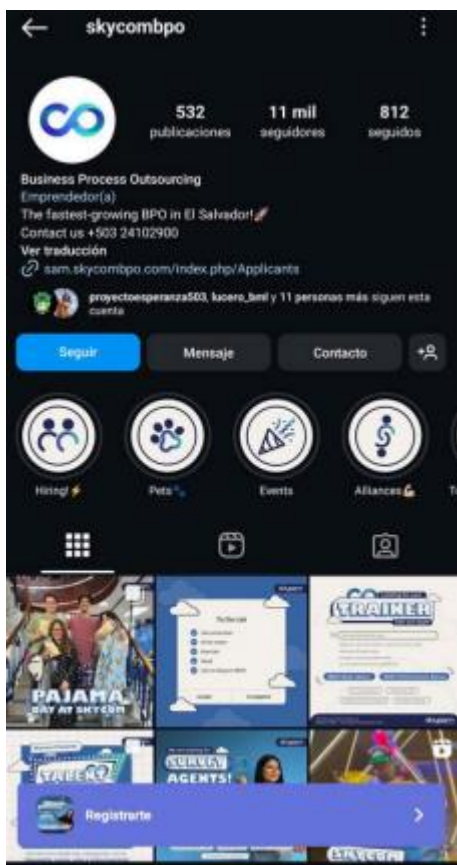
## Instagram

### SKYCOMBPO

Esta empresa o marca tiene 11 mil seguidores, y con ello, lo que buscan es brindar ayuda para crecer en redes sociales con Marketing y también ofrecen trabajo para aquellos y aquellas que se especialicen en este rubro.

Esta marca denota profesionalismo y saben cómo llegar al público, asimismo, tienen una gran capacidad de organizar sus servicios para todas las personas, y crear necesidades en las personas, esto con el fin de llamar la atención del público y hacer que ellos se vuelvan clientes fieles.

Sin duda, esta marca es una competencia con muchos años de trayectoria y un target posicionado, a igual que ya son conocidos en El Salvador y utilizan mucho el Call To Action para atraer a más personas a consumir los servicios de la marca.



## Instagram

### FUSALMO

Esta marca en sus publicaciones incita a sus seguidores y a los potenciales, que se unan a los cursos de Marketing Digital que ellos imparten a través de sus diferentes plataformas.

Tienen marcas que los respaldan o patrocinan, eso ayuda mucho a que llegue a más personas las informaciones, además, llevan ya algunos años en el mercado y se dan a conocer por todos los medios que están a su alcance.

Esta marca denota profesionalismo y disciplina, y es lo mismo que se busca con la marca “Frank Ramírez”, por ello, se hace la comparación y monitoreo de las competencias de la marca antes mencionada.

Tienen una línea específica dedicado a la niñez y a los adolescentes que quieren conocer e incursionar en las redes sociales, sin embargo, su público meta son todas las personas que buscan aumentar sus vistas y seguidores en sus diferentes plataformas.



## LinkedIn

### MIGUEL PALACIOS

Es un creador de contenido, de producción audiovisual y se especializa en Marketing Digital, estudió en la Universidad de El Salvador, y tiene experiencia en el área de Marketing para redes sociales.

Asimismo, cuenta con experiencia en creación de estrategias de marketing y calendarios de contenidos al igual que la creación de las piezas gráficas.

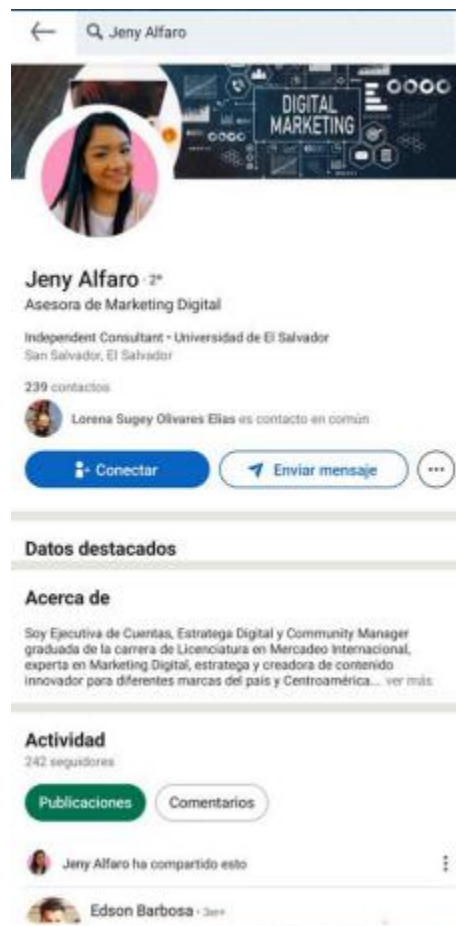


## LinkedIn

### JENY ALFARO

Ella se especializa en consultorías independientes sobre Marketing Digital, tiene 239 seguidores y sube post sobre informaciones referentes a Marketing de medios digitales.

Su fuerte son las asesorías de marketing para redes sociales, tiene experiencia en consultorías, creación de plan de contenidos, SEO, y es account manager.



## RESUMEN

COMPETENCIA	INSTAGRAM	FACEBOOK	LINKEDIN	TIK TOK	WEB
<b>Plink Solutions</b>	X		X		
<b>Emkt_Company</b>	X		X		
<b>Catmedia El Salvador</b>	X		X		
<b>Skycombpo</b>	X		X		
<b>FUSALMO</b>	X		X		
<b>Miguel Palacios</b>			X		
<b>Jeny Alfaro</b>			X		

Todas las competencias monitoreadas tienen como finalidad dar servicios de Marketing Digital para redes sociales, son empresas y marcas personales que cuentan con experiencias previas, lo que los hace fuertes en el mercado.

Algunas solo cuentan con LinkedIn como plataforma profesional, para atraer a marcas y empresas de renombre que tengan la intención de crecer más en sus diferentes cuentas.

Otras marcas independientes buscan captar la atención de micro y grandes empresas, emprendedores y personas naturales que deseen contratar los servicios que ofrecen.


Cada uno de las marcas representadas utilizan el Call To Action, ya que, es una estrategia para que las personas adquieran consientes o inconscientes los servicios que ofrecen, es una manera óptima de ganar seguidores o de vender a los internautas.

# BUYER PERSONA – INSTAGRAM

1.

## Instagram: BUYER PERSONA INSTAGRAM

**JULIA LÓPEZ**



<b>EDAD</b>	32 años
<b>SEXO</b>	Mujer
<b>PAÍS</b>	El Salvador
<b>EDUCACIÓN</b>	Licenciatura en Comunicaciones
<b>OCUPACIÓN</b>	Creadora de contenido
<b>ESTADO CIVIL</b>	Casada

### Perfil personal y profesional

Experiencia: 2 años subiendo contenido de valor en redes sociales.

Habilidades: Experta en generar interés en sus publicaciones de redes sociales.

Limitaciones: Saturación a la hora de tener mucho trabajo.

### Personalidad

Creativo	Metódico
Sentimental	Pensativo
Extrovertido	Introverso

### Motivaciones y objetivos

Motivación: Competir de forma profesional con otros creadores de contenido.

Objetivo: Incrementar el número de interacciones en redes sociales.

### Puntos de dolor

- Se siente presionada por las nuevas modalidades en el mundo de la fotografía.
- Preocupación por la falta de empleo para los fotógrafos.

### Frustraciones

Preocupación por la falta de tiempo libre para ir a ver a su familia y amigos.

### Gustos y aficiones

- Ver series
- Leer
- Hacer ejercicio


### Comportamiento y preferencia

- Participa en diferentes talleres de marketing en redes sociales.
- Se mantiene actualizada de toda noticia para crear contenido de valor.

2.

## BUYER PERSONA INSTAGRAM

ALEX RAMIREZ



<b>EDAD</b>	25 años
<b>SEXO</b>	Hombre
<b>PAÍS</b>	El Salvador
<b>EDUCACIÓN</b>	Licenciatura en comunicaciones
<b>OCUPACIÓN</b>	Creador de contenido
<b>ESTADO CIVIL</b>	Casado

### Perfil personal y profesional

Experiencia: 4 años de experiencia en la creación de contenido.

Habilidades: Experto en dar ideas para crear contenido.

Limitaciones: No le gusta la redacción.

### Personalidad

Creativo	Metódico
<div style="width: 80%; height: 10px; background: linear-gradient(to right, #8B4513, #F5DEB3);"></div>	
Sentimental	Pensativo
<div style="width: 60%; height: 10px; background: linear-gradient(to right, #8B4513, #F5DEB3);"></div>	
Extrovertido	Introverso
<div style="width: 70%; height: 10px; background: linear-gradient(to right, #8B4513, #F5DEB3);"></div>	

### Motivaciones y objetivos

Motivación: Seguir creando contenido de una manera única y creativa.

Objetivo: Incrementar el número de sus seguidores.

### Puntos de dolor

- Se siente presionado si no alcanza la meta de likes.

### Frustraciones

Sentimiento de tristeza porque no le queda tiempo de hacer ejercicio.

### Gustos y aficiones

Ver películas  
Navegar en las redes sociales  
Ver videos de Youtube

### Comportamiento y preferencia

- Se mantiene actualizado de las nuevas tendencias.
- Brinda cursos de creación de contenido.

3.

## BUYER PERSONA INSTAGRAM

### MARIO ORELLANA



<b>EDAD</b>	25 años
<b>SEXO</b>	Hombre
<b>PAÍS</b>	El Salvador
<b>EDUCACIÓN</b>	Licenciatura en comunicaciones
<b>OCUPACIÓN</b>	Editor de video
<b>ESTADO CIVIL</b>	Casado

### Perfil personal y profesional

Experiencia: 6 años de experiencia editando videos para diferentes marcas.

Habilidades: Experto en realizar una buena edición en corto tiempo.

Limitaciones: No le gusta cambiar su estilo de edición.

### Personalidad

<b>Creativo</b>	<b>Metódico</b>
<b>Sentimental</b>	<b>Pensativo</b>
<b>Extrovertido</b>	<b>Introvertido</b>

### Motivaciones y objetivos

Motivación: Seguir editando videos de una manera única y creativa.

Objetivo: Editar videos originales en formato vertical,

### Puntos de dolor

- Se siente presionado si no le dan todos los recursos para realizar bien su trabajo.
- Preocupación la hora de presentar el video editado.

### Frustraciones

-Sentimiento de tristeza porque no le queda tiempo de hacer ejercicio.

### Gustos y aficiones

Ver películas  
Navegar en las redes sociales  
Ver videos de Youtube

### Comportamiento y preferencia

- Se mantiene actualizado de las nuevas herramientas de edición.
- Brinda cursos de edición de video para personas con poca experiencia.


## BUYER LINKEDIN

4.

### BUYER PERSONA LINKEDIN

LinkedIn:

#### ALBA CASTRO



EDAD	27 años
SEXO	Mujer
PAÍS	El Salvador
EDUCACIÓN	Licenciatura en Periodismo
OCUPACIÓN	Fotógrafa
ESTADO CIVIL	Soltera

#### Perfil personal y profesional

Experiencia: Más de 10 años cubriendo los principales eventos sociales.

Habilidades: Experta en cámaras réflex y buen ojo fotográfico.

Limitaciones: Conocimiento leve en cámaras de video.

#### Personalidad

Creativo	Metódico
Sentimental	Pensativo
Extrovertido	Introvertido

#### Motivaciones y objetivos

Motivación: Convertirse en la fotógrafa más destacada en los eventos sociales.

Objetivo: Llegar a ser jefa de prensa en su periódico digital.

#### Puntos de dolor

- Se siente presionada por las nuevas modalidades en el mundo de la fotografía.
- Preocupación por la falta de empleo para los fotógrafos.

#### Gustos y aficiones

Ver películas  
Leer  
Viajar

#### Comportamiento y preferencia

- Participa en todos los eventos fotográficos designados.
- Comparte sus conocimientos con jóvenes fotógrafos.
- Sigue a diferentes fotógrafos reconocidos a nivel mundial.


#### Frustraciones

Preocupación por la falta de tiempo libre para ir a ver a su familia y amigos.

5.

## BUYER PERSONA LINKEDIN

### ALICIA FIGUEROA



<b>EDAD</b>	22 años
<b>SEXO</b>	Mujer
<b>PAÍS</b>	El Salvador
<b>EDUCACIÓN</b>	Licenciatura en periodismo
<b>OCUPACIÓN</b>	Redactora para medios escritos
<b>ESTADO CIVIL</b>	Soltera

### Perfil personal y profesional

Experiencia: 2 años de experiencia redactando para periódicos impresos.

Habilidades: Experta en ortografía.

Limitaciones: Problemas con las nuevas herramientas para redactar en la web.

### Personalidad

Creativo	Metódico
Sentimental	Pensativo
Extrovertido	Introvertido

### Motivaciones y objetivos

Motivación: Ser la mejor redactora en su país.

Objetivo: Llegar a una audiencia más joven para que lean sus artículos y notas.

### Puntos de dolor

- Preocupación porque las nuevas generaciones ocupen inteligencia artificial para redactar sus artículos y noticias.

### Frustraciones

-Sentimiento de tristeza porque los jóvenes han perdido el hábito de la lectura.

### Gustos y aficiones

Ver documentales  
Leer libros  
Jugar ajedrez


### Comportamiento y preferencia

- Participa en diferentes diplomados para mejorar en su redacción.
- Brinda cursos para mejorar la ortografía en redacciones periodísticas.

6.

## BUYER PERSONA LINKEDIN

ROBERTO ALAS



<b>EDAD</b>	27 años
<b>SEXO</b>	Hombre
<b>PAÍS</b>	El Salvador
<b>EDUCACIÓN</b>	Licenciatura en periodismo
<b>OCUPACIÓN</b>	Redactor digital
<b>ESTADO CIVIL</b>	Soltero

### Perfil personal y profesional

Experiencia: 5 años de experiencia redactando para periódicos digitales.

Habilidades: Experto en ortografía.

Limitaciones: Problemas con las nuevas herramientas para redactar en la web.

### Personalidad

Creativo	Metódico
<div style="width: 70%; background-color: #8B4513; height: 10px;"></div>	<div style="width: 10%; background-color: #8B4513; height: 10px;"></div>
Sentimental	Pensativo
<div style="width: 20%; background-color: #8B4513; height: 10px;"></div>	<div style="width: 80%; background-color: #8B4513; height: 10px;"></div>
Extrovertido	Introvertido
<div style="width: 30%; background-color: #8B4513; height: 10px;"></div>	<div style="width: 70%; background-color: #8B4513; height: 10px;"></div>

### Motivaciones y objetivos

Motivación: Ser el mejor redactor ortográfico en su país.

Objetivo: Llegar a una audiencia más joven para que lean sus artículos y notas.

### Puntos de dolor

- Preocupación porque las nuevas generaciones ocupen inteligencia artificial para redactar sus artículos y noticias.

### Frustraciones

-Sentimiento de tristeza porque los jóvenes han perdido el hábito de la lectura.

### Gustos y aficiones

Ver documentales  
Leer libros  
Jugar ajedrez

### Comportamiento y preferencia

- Participa en diferentes diplomados para mejorar en su redacción digital.
- Brinda cursos para mejorar la ortografía en redacciones periodísticas.

## **OBJETIVOS**

- **GENERAL 1**

Ser una marca de Marketing Digital muy reconocida en El Salvador, en consultorías, estrategias y creación de contenido para redes sociales de marcas nacionales e internacionales.

**Específico 1.1.**

Alcanzar la cantidad de 5,000 seguidores en Instagram en el lapso de 1 año y en 100 seguidores en LinkedIn..

**Específico 1.2.**

Alcanzar la cantidad de 100 likes por publicación en Instagram al mes y 50 likes en las publicaciones en LinkedIn.

## **CANALES DIGITALES – LINKEDIN**

Esta Se eligió LinkedIn, porque es una plataforma en la que todas las marcas, empresas o micro empresas buscan ayuda para potenciar cualquier tipo de negocio y es ideal para demostrar la capacidad y profesionalismo que tiene la marca “Frank Ramírez”.

Asimismo, esta plataforma es ideal para los que tienen una marca profesional, ya que, en ella están todos los perfiles de empresarios, jefes de prensa, coordinadores de comunicaciones y prensa.

Es por ello, que LinkedIn es indicada para dar a conocer los servicios profesionales que la marca “Frank Ramírez” está proporcionando.

## **CANALES DIGITALES – INSTAGRAM**

Se eligió Instagram porque es una red social con millones de usuarios, y es ideal para compartir las piezas audiovisuales que la marca “Frank Ramírez” tiene para demostrar, y por la cantidad de tráfico positivo que este pueda recibir y sobre todo, porque aquí es donde permanecen miles de micro y grandes emprendedores.

## LINEAS DE CONTENIDO

**Idea central:** Servicios de Marketing Digital.

- **Contenido de valor (70%):** En esta estrategia el contenido de valor es la que predomina, ya que, se busca atraer a nuevos clientes potenciales, usuarios que busquen información y que la marca Frank Ramírez sea la ideal. Asimismo, brindar una experiencia nueva a los cibernautas en cuanto responder problemas que estén atravesando con su emprendimiento, marca, o redes sociales, de igual forma, uno de los objetivos es fidelizar a cada uno de estas personas con la marca.
- **Contenido de educación y venta (20%):** Este tipo de contenido ayudará a que la marca Frank Ramírez demuestre la capacidad de conocimientos de Marketing Digital. Asimismo, se podrá acercar a la audiencia a adquirir el servicio de primera mano y denotar la calidad que brinda esta marca.
- **Contenido de interacción (10%):** Con este formato de contenido se podrá involucrar a los usuarios, clientes, y compradores potenciales a interactuar de manera positiva, directa y efectiva con la marca. Se pretende utilizar herramientas fáciles de entender, esto con el objetivo que las interacciones se puedan hacer de manera asertiva.

## SUBTEMAS

**Contenido de valor (70%):** Los tópicos se tocarán es sobre cómo crecer con Marketing Digital. Tips para fidelizar a clientes a la marca profesional y que se vuelvan compradores recurrentes. Consejos para tener buena estrategia SEO y catapultar la marca.

**Contenido educativo y venta (20%):** Al contenido de venta se incorporan un tip junto a un CTA para que puedan saber más sobre dicha respuesta a problemas que tengan los usuarios. Estos CTA son de suma importancia porque son los que llevan directamente a los compradores a la marca.

**Contenido de interacción: (10%):** Se incorpora al contenido de interacciones, historias donde los usuarios puedan hacer algún tipo de actividad, con el objetivo de involucrar a las personas en actividades para mantener la cercanía.

## **KPIS A MEDIR EN LINKEDIN**

### **Objetivo general**

Llegar a la cantidad de 100 seguidores en LinkedIn en los últimos meses de 2024.

### **Objetivo específico**

Alcanzar la cantidad de 50 likes por publicación en LinkedIn al mes, de igual manera, publicar al menos 1 infografía a la semana, 1 pieza gráfica y una historia.

### **KPI a medir:**

Total, de nuevos seguidores y de personas que ya seguían la marca en redes sociales.

Total, de interacciones en publicaciones en LinkedIn.

## **KPI'S A MEDIR EN INSTAGRAM**

### **Objetivo general**

Alcanzar la cantidad de 5,000 seguidores en Instagram en el lapso de 1 año.

### **Objetivo específico**

Alcanzar la cantidad de 100 likes por publicación en Instagram al mes, de igual manera, publicar al menos 1 reel a la semana, 1 pieza gráfica y una historia.

### **KPI a medir:**

Total, de nuevos seguidores y de personas que ya seguían la marca en redes sociales.

Total, de interacciones en publicaciones en Instagram.

## **CALENDARIO DE CONTENIDO**

Tendrá un lapsus de tiempo de 15 días con la publicación de 15 piezas gráficas en Instagram y 15 el linkedIn, la razón por la que se escogió Instagram es porque son donde los internautas solicitan servicios profesionales.

Se harán igualmente dos publicaciones diarias una en cada red social antes mencionadas y se crearon artes como piezas gráficas, reels, infografías historias, entre otros.

Keywords: marketing, marketing digital, SEO, estrategia digital redes sociales

<b>CALENDARIO QUINCENAL DE INSTAGRAM</b>					
<b>Día</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo de contenido</b>	<b>Pilar de contenido</b>	<b>Copy</b>	<b>N° pieza gráfica</b>
Lunes	7:00 p.m.	Reel corto	Contenido de valor	<p>¿Sabes cómo aprovechar el video marketing? Los videos generan hasta un 80% más de interacción en redes sociales.</p> <p>Utiliza esta herramienta para captar la atención de tu audiencia y convierte una simple marca en la mejor del mercado.</p> <p>#marketing #redessociales #marcapersonal</p>	1
Martes	7:00 p.m.	Carrusel	Educativo	<p>No pierdas de vista a los usuarios que ya te visitaron. El remarketing te permite seguir conectando con ellos. Recuérdales por qué tu producto es lo que necesitan.</p> <p>¡Las segundas oportunidades cuentan!</p> <p>Ofrece a tus usuarios información útil y verás cómo tu marca se convierte en referencia.</p> <p>Mira estos tips para que seas la marca principal en el mercado.</p> <p>#clientes #marketing #redessociales</p>	2

Miércoles	7:00 p.m.	Pieza gráfica	Contenido de valor	<p>Optimiza tu sitio web para móviles o perderás oportunidades</p> <p>Con el 60% del tráfico web viniendo de smartphones, la experiencia móvil es crucial. Asegúrate de estar siempre disponible.</p> <p>Aquí te dejamos 3 formas de optimizar tu web para móviles o smartphones y duplicar tu tráfico.</p> <p>#páginaweb #marketing</p> <p>#redessociales #tráfico</p>	3
Jueves	7:00 p.m.	Pieza gráfica	Contenido de venta	<p>¿Estás cansado de que tus publicaciones sólo lleguen a pocos likes?</p> <p>Una de las razones es que no usas palabras claves de tu marca en tus publicaciones.</p> <p>Escríbenos para tener más consejos y ayuda personalizada para que llegues a más personas y tú marca se posiciones como la principal.</p> <p>#estrategiaSEO #marketing</p> <p>#redessociales #</p>	4
Viernes	7:00 p.m.	Pieza gráfica	Contenido de valor	<p>¿Sabías que un buen CTA puede hacer que tus publicaciones</p>	5

				<p>pasen de un simple clic a qué las personas se sientan más cercanos a tu marca?</p> <p>Mira estos siguientes ejemplos de CTA que te pueden ayudar a crecer en número de seguidores.</p> <p>#Redessociales #marcapersonal #marketing #CTA</p>	
Sábado	7:00 p.m.	Historia	venta	<p>¿Buscas cómo potenciar tus redes sociales y ser parte de la industria de empresas exitosas? Aquí te presentamos nuestros servicios profesionales.</p> <p>#marketindigital #redessociales #marcapersonal</p>	6
Domingo	7:00 p.m.	Reel corto	Contenido de valor	<p>¿No sabes cómo planificar los contenidos en tus #redessociales?</p> <p>Te presentamos 4 tips que no puedes dejar pasar para comenzar a potenciar tus publicaciones y así posicionar con buenos números tu marca y subir en likes.</p> <p>#Redessociales #likes #marcapersonal #marketing</p>	7

Lunes	7:00 p.m.	Carrusel	Contenido de valor	<p>¿por qué sumarte a las tendencias es más importante ahora que nunca?</p> <p>Para posicionar tu marca como la mejor.</p> <p>Aquí te brindamos los mejores razones del por qué debes apostar a sumarte a las tendencias en redes sociales.</p> <p>#tendencias #marketingdigital #redessociales #Posicionamiento #marcapersonal</p>	8
Martes	7:00 p.m.	Reel corto	Contenido de valor	<p>4 cosas que toda marca debe saber para potenciar y catapultar su contenido en redes sociales.</p> <p>Pon a prueba esta información y verás cómo subirás de seguidores en tus plataformas y tendrás clientes seguros y no sólo eso, sino que, tendrás credibilidad.</p> <p>#marketing #redessociales #contenidodevalor #marcapersonal</p>	9
Miércoles	7:00 p.m.	Pieza gráfica	Contenido de valor	<p>El SEO no es una estrategia de resultados inmediatos, pero es esencial para garantizar la visibilidad a largo plazo de tu negocio online.</p>	10

				<p>Aquí te mostramos cuáles son esos resultados al utilizar SEO en tus publicaciones.</p> <p>#estrategiaSEO #redessociales #marketing #marcapersonal</p>	
Jueves	7:00 p.m.	Pieza gráfica	Contenido de valor	<p>¿Te has percatado qué?</p> <p>Las redes sociales son un canal ideal para humanizar tu marca, mostrando cercanía y generando interacción con tu público.</p> <p>Haz clic aquí para obtener una consultoría especializada para impulsar tu marca a un mercado fiel.</p> <p>#redessociales #marcapersonal #marketing</p>	11
Viernes	7:00 p.m.	Carrusel	Contenido de valor	<p>El marketing es una estrategia poderosa para reconectar con usuarios que han mostrado interés en tu marca, pero aún no han realizado una conversión.</p> <p>Mira estos consejos para obtener la atención de usuarios que no solo vean, sino que, consuman tu marca.</p> <p>#estrategiamarketing #marketingdigital #redessociales</p>	12

Sábado	7:00 p.m.	Historia	Contenido de venta	Francisco Ramírez Marketing Digital contacto: 60149007 @francisco.ramirez11 LinkedIn @Wilber Francisco Avelar Ramírez.	13
Domingo	7:00 p.m.	Pieza gráfica	Educativo	¿Quieres fidelizar a tus clientes?  El email marketing sigue siendo una de las estrategias más efectivas.  Personaliza tus mensajes y convierte leads en clientes recurrentes.  Y materializa todos los clics que harán las personas en tus redes.  #Marketing #redessociales #marcapersonal	14
Lunes	7:00 p.m.	Historia	Interactivo	¿Cuál es el canal principal donde promocionas tu marca?  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anuncios en la web</li> <li>• Anuncios a través de redes sociales.</li> <li>• Mensajes directos de tus plataformas.</li> </ul>	15

<b>CALENDARIO QUINCENAL DE LINKEDIN</b>					
<b>Día</b>	<b>Horario</b>	<b>Tipo de contenido</b>	<b>Pilar de contenido</b>	<b>Copy</b>	<b>N° pieza gráfica</b>
Lunes	7:30 p.m.	Pieza gráfica	Contenido de valor	<p>! Haz de las redes sociales el escaparate de tu negocio!</p> <p>Genera contenido interactivo y humaniza tu marca.</p> <p>Conecta de manera cercana con tus seguidores y conviértelos en clientes leales.</p> <p>Mira estos tips que te posicionarán como marca fidedigna.</p> <p>#estrategiaSEO #redessociales #marketing #marcapersonal</p>	1.1
Martes	7:00 p.m.	Video corto	Valor	<p>¿Puede la publicidad pagada aumentar las vistas y tráfico de tu marca en redes sociales?</p> <p>Mira los resultados de pagar por publicidad en redes sociales.</p> <p>#publicidad #marketing #redessociales #marcapersonal</p>	1.2
Miércoles	7:00 p.m.	Carrusel	Valor	<p>¿Por qué es necesario que los usuarios o clientes se involucren con el contenido referido a tu marca?</p> <p>Aquí te compartimos ese valioso dato.</p> <p>#marketingdigital #marcapersonal</p>	1.3

				#contenidodevalor #redessociales	
Jueves	7:00 p.m.	Infografía	Contenido de valor	Apuesto que no sabías estas ventajas de los lives o streams en redes sociales. Mira los beneficios que esto te trae a tu marca. #estrategiaSEO #redessociales #marketing #marcapersonal	1.4
Viernes	7:00 p.m.	Pieza gráfica	Contenido de venta	¿Ya optimizaste las redes sociales de tu marca? ¿No sabes qué información incorporar? Escríbenos al chat directo y recibe consultorías, tips y más para alcanzar los objetivos de tu marca. #marketing #optimizarred #redessociales #marcapersonal	1.5
Sábado	7:00 p.m.	Pieza gráfica	Venta	Francisco Ramírez Marketing Digital contacto: 60149007 @francisco.ramirez11 LinkedIn @Wilber Francisco Avelar Ramírez.	1.6
Domingo	7:00 p.m.	Pieza gráfica	Venta	¿Estás interesado en adquirir algún tipo de servicios de Marketing Digital? • Edición audiovisual	1.7

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redacción SEO</li> <li>• consultorías</li> <li>• consultorías</li> <li>• Gestión de redes</li> </ul> <p>Contenidos y estrategias de nuestros servicios</p> <p>Pregunta por nuestros precios aquí.</p>	
Lunes	7:00 p.m.	Pieza gráfica	Educativo	<p>Crea comunidades a través de grupos y foros en redes como Facebook y LinkedIn permiten crear grupos o comunidades exclusivas.</p> <p>Esto no solo fomenta un sentido de pertenencia para tus seguidores, sino que también te posiciona como líder o referente en tu nicho.</p> <p>Los grupos son excelentes para compartir contenido valioso, realizar debates, y generar engagement de manera más enfocada.</p>	1.8

				<p>#marketingdigital</p> <p>#redessociales #marcapersonal</p> <p>#estrategia</p>	
Martes	7:00 p.m.	Pieza gráfica	Contenido de valor	<p>“Utiliza las historias para humanizar tu marca”</p> <p>Las historias en plataformas como Instagram, Facebook y LinkedIn son una excelente manera de mostrar el lado más humano de tu marca.</p> <p>Publica contenido detrás de cámaras, el día a día de tu equipo, o eventos en vivo.</p> <p>Este tipo de publicaciones desaparecen en 24 horas, lo que fomenta una mayor interacción inmediata y crea una conexión emocional con tu audiencia.</p> <p>#marcapersonal</p> <p>#contenidodevalor #marketing</p> <p>#redessociales</p>	1.9
Miércoles	7:00 p.m.	Pieza gráfica	Educativo	<p>“Realiza sorteos o concursos”</p> <p>Los sorteos son una forma efectiva de atraer seguidores y generar interacción.</p> <p>Crea un concurso que incentive a las personas a seguir tu cuenta, etiquetar amigos y compartir tus publicaciones.</p> <p>Esto aumenta rápidamente tu visibilidad y atrae a nuevas</p>	1.10

				audiencias interesadas en lo que ofreces. #estrategiaSEO #redessociales #marketing #marcapersonal	
Jueves	6:30 p.m.	Pieza gráfica	Educativo	<p>Personalización y atención al cliente ayuda a fidelizar usuarios.</p> <p>La personalización es fundamental para fidelizar a los públicos.</p> <p>Dirígete a tus seguidores de manera personalizada cuando sea posible, utiliza su nombre, y envía mensajes personalizados para hacerlos sentir especiales.</p> <p>Además, brinda una excelente atención al cliente a través de tus redes, respondiendo de manera rápida y resolviendo problemas de forma efectiva. La satisfacción del cliente es clave para su lealtad.</p> <p>#marketing #plandecomunicación #contenidodevalor</p>	1.11
Viernes	12:30 p.m.	Carrusel	Contenido de valor	<p>¿Ya conocías el Storytelling?</p> <p>¿Sabías que puedes crecer en redes sociales contando historias de tu marca con esa</p>	1.12

				<p>herramienta?</p> <p>Aquí te presentamos la importancia del Storytelling.</p> <p>#storytelling #marketingdigital #redesscoales #marcapersonal</p>	
Sábado	6:30 p.m.	Pieza gráfica	Contenido de valor	<p>Crecer en redes sociales no es nada fácil.</p> <p>Pero con la ayuda de influencer puedes lograr crear un nicho más grande.</p> <p>Mira la razón por la que muchos aparecen en videos y publicaciones con influencers o creadores de contenido.</p> <p>#redessociales #influencer #nicho #marketing #marca</p>	1.13
Domingo	9:00 p.m.	Pieza gráfica	Contenido de valor	<p>Utiliza SEO para mejorar tu visibilidad.</p> <p>La optimización de motores de búsqueda (SEO) es fundamental para que tu marca sea encontrada en línea.</p> <p>Realiza investigaciones de palabras clave relacionadas con tu nicho y optimiza tanto tu sitio web como tus publicaciones de blog.</p> <p>Cuanto más alta sea tu clasificación</p>	1.14

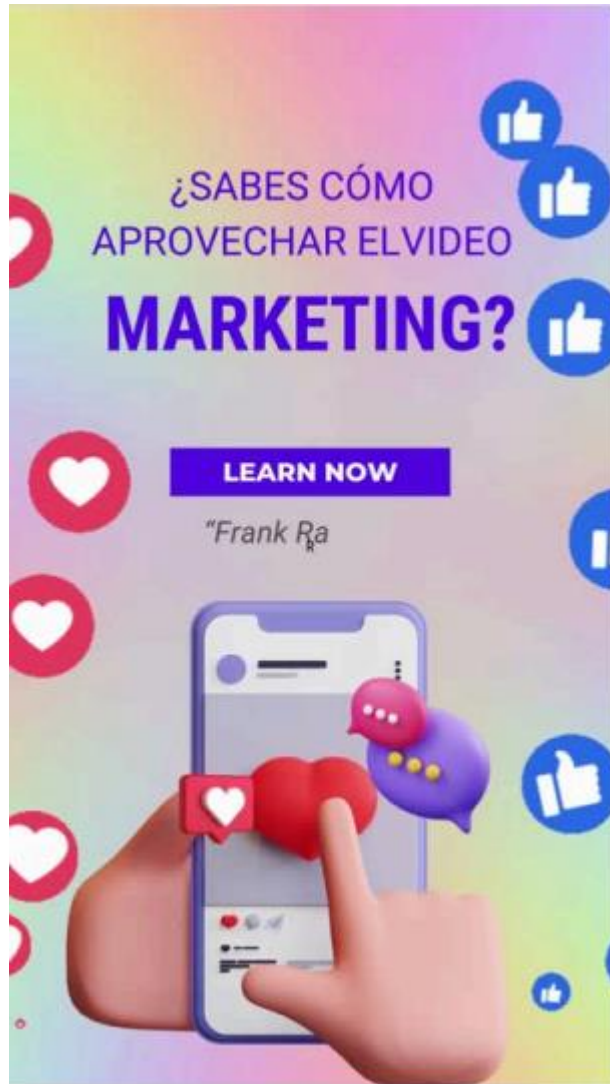
				<p>en los resultados de búsqueda, más visibilidad y credibilidad obtendrá tu marca.</p> <p>#estrategiaSEO #redessociales #marketing #marcapersonal</p>	
Lunes	6:30 p.m.	Pieza gráfica	Educativo	<p>Mide y ajusta tu estrategia Constantemente</p> <p>El posicionamiento de marca no es estático.</p> <p>Usa métricas clave para medir el éxito de tu estrategia, como el reconocimiento de marca, el engagement en redes sociales, y la lealtad de los clientes.</p> <p>Ajusta tu enfoque en función de los resultados y sigue mejorando para mantener una posición sólida en el mercado.</p> <p>#marketing #redessociales #engagement #marcapersonal</p>	1.15

## BIBLIOGRAFÍA

- Hubspot (25 de abril de 2024). *Manual de cómo crear una estrategia de Marketing Digital*. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-marketing>
- Zapater, S. (20 de agosto de 2020). *¿Qué es la redacción SEO? 7 pasos para redactar correctamente con SEO*. <https://www.hiberus.com/crecemos-contigo/redaccion-seo-trucos-para-redaccion-contenidos-seo/>
- Intuit, Mailchimp. (15 de febrero de 2024). *Cómo crear un plan de contenido en 7 pasos*. <https://mailchimp.com/es/resources/top-12-types-of-social-media-content-to-create/>
- Martín, M. (4 de Septiembre de 2024). *Cómo crecer en redes sociales en 2024*. <https://blog.hootsuite.com/es/ideas-de-contenido-para-redes-sociales/>

## ANEXOS

- Pieza gráfica 1



- Pieza gráfica 2

**¿CÓMO HACER PARA QUE USUARIOS SEAN TUS FIELES COMPRADORES?**

- 1 DIFERENCIACIÓN CLARA**  
Encuentra lo que hace única a tu marca. Puede ser tu producto, servicio o la experiencia que ofreces. Comunica ese valor único de manera clara y consistente.
- 2 GENERAR CONFIANZA**  
Construye una reputación basada en la transparencia, calidad y cumplimiento de lo prometido. Las marcas que son percibidas como confiables atraen más a los clientes.
- 3 EXPERIENCIA DEL CLIENTE EXCEPCIONAL**  
Brinda una experiencia memorable en cada punto de contacto con el cliente, desde el servicio hasta la atención post-venta. Las marcas que ofrecen experiencias sobresalientes generan fidelización.
- 4 COMUNICACIÓN AUTÉNTICA Y EMOCIONAL**  
Conecta emocionalmente con tu audiencia, mostrando los valores de tu marca y cómo se alinean con los intereses de tus clientes. Una comunicación auténtica y cercana fomenta un sentido de pertenencia y afinidad.

- Pieza gráfica 3

**3 Formas de Optimizar Tu Sitio Web Para Dispositivos Móviles**

- Prueba Tu Sitio Usando La Herramienta De Compatibilidad Móvil De Google
- Elige Temas y Plugins Receptivos, Las ventajas más grandes de usar WordPress es que es bastante fácil crear un sitio web receptivo usando el CMS.
- Prueba Las Métricas Web Principales de Tu Sitio son parte de una actualización reciente del algoritmo de búsqueda de Google.

- Pieza gráfica 4

¿TUS PUBLICACIONES  
**NO** OBTIENEN EL ALCANCE  
QUE DESEAS?

**USA PALABRAS  
CLAVES**

Las palabras claves o Keywords ayudan a que las búsquedas de los usuarios los lleven a tu marca.

- Pieza gráfica 5

**MEJORES  
CALL TO ACTION!  
PARA TU MARCA**

**COMPRA: ¡COMPRA YA!**

**REGISTRARSE: ¡REGÍSTRATE  
GRATIS!**

**«EMPIEZA TU PERIODO  
DE PRUEBA DE 30 DÍAS  
GRATIS»**

**«PROBAR GRATIS»**

**«OBTÉN UNA  
PROPUESTA GRATIS»**

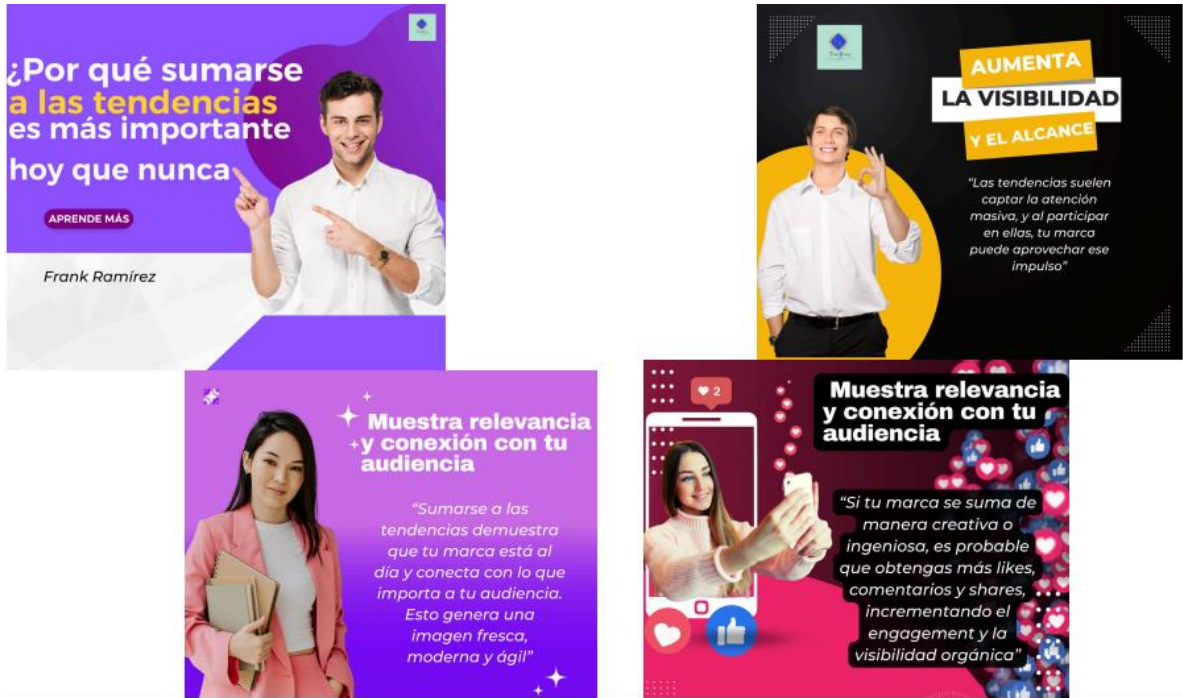
- Pieza gráfica 6



- Pieza gráfica 7



- **Pieza gráfica 8**



- **Pieza gráfica 9**



- Pieza gráfica 10

**Resultados ASOMBROSOS de utilizar SEO**

<p><b>Mejor posicionamiento en las búsquedas</b></p> <p>Tus publicaciones y perfiles sociales pueden aparecer más alto en los resultados de búsqueda, tanto en las redes como en los buscadores.</p>	<p><b>Aumento del tráfico hacia tu sitio web</b></p> <p>Optimizar tus redes sociales con técnicas SEO puede generar un flujo continuo de tráfico orgánico a tu página web, al incluir enlaces estratégicos a tu sitio o contenido específico dentro de tus publicaciones</p>
<p><b>Mejora de la autoridad de marca</b></p> 	<p>Cuanto más visible y consistente sea tu marca en búsquedas orgánicas, más confianza generarás en los usuarios, quienes te verán como un referente o experto en tu área.</p>

- Pieza gráfica 11

¿BUSCAS CONSULTORÍAS PARA TUS REDES SOCIALES?

- Pieza gráfica 12



- Pieza gráfica 13



- Pieza gráfica 14

## ¿Cómo fidelizar a tus clientes?

- 1. Ofrece un servicio excepcional y personalizado**

Personalizar el servicio o producto según las preferencias de cada cliente genera una conexión más fuerte
- 2. Recompensa la lealtad con programas y beneficios exclusivos**

Los clientes fieles valoran sentirse apreciados. Implementa programas de fidelización que ofrezcan recompensas por compras recurrentes, descuentos exclusivos o acceso a productos antes que los demás



- Pieza gráfica 15

*¿Cuál es el canal principal donde promocionas tu marca?*



- ✓ ANUNCIOS EN LA WEB
- ✓ ANUNCIOS A TRAVÉS DE REDES SOCIALES.
- ✓ MENSAJES DIRECTOS DE TUS PLATAFORMAS.

- **Pieza gráfica 1.1**

**CONECTA CON USUARIOS CON ESTOS TIPS**

Asegúrate de brindar una experiencia al cliente memorable y de alta calidad en cada punto de contacto. Los clientes satisfechos no solo vuelven, sino que también se convierten en embajadores de tu marca.

**Like** **10K**

Crea espacios en línea, al crear una comunidad, no solo posicionas a tu marca como un líder en el sector, sino que también generas lealtad a largo plazo.

La consistencia es clave para el posicionamiento de la marca. Asegúrate de que todos los puntos de contacto (sitio web, redes sociales, atención al cliente, etc.) reflejen el mismo tono, estilo y mensaje. La coherencia en tu comunicación genera confianza y refuerza la identidad de la marca.

- **Pieza gráfica 1.2**

**¿PUEDE LA PUBLICIDAD PAGADA AUMENTAR LAS VISTAS Y TRÁFICO DE TU MARCA EN REDES SOCIALES?**

**@FRANKRAMÍREZ**

The image shows a person's hands working at a desk with a laptop and a tablet displaying charts.

- Pieza gráfica 1.3

## INVOLUCRA A TUS SEGUIDORES EN LA TOMA DE DECISIONES DE LO QUE PUBLICAS



## MEJORA LA RELACION MARCA-CLIENTE

Cuando los reconoces, por ejemplo, compartiendo sus publicaciones o destacando sus testimonios, fortaleces su conexión emocional con tu empresa.



**Obtienes valiosa retroalimentación**

Al participar en tus contenidos, compartir sus opiniones o responder a encuestas, puedes obtener insights sobre lo que les gusta, lo que podría mejorarse y cómo se sienten con respecto a tu producto o servicio



- Pieza gráfica 1.4

## comienza hacer lives en redes

- 1 Versatilidad en los tipos de contenido**

  - Q&A (preguntas y respuestas) en tiempo real.
  - Demos de nuevos productos o servicios.
  - Charlas con expertos o influencers.
  - Eventos de lanzamiento de productos.
- 2 Impulso a las ventas**

Hacer marcas utilizar esta estrategia para reducir inventarios, ofrecer descuentos exclusivos o incluso recibir feedback y recomendaciones en directo. Lo que puede aumentar a los usuarios a realizar compras durante el live.
- 3 Feedback instantáneo**

Esto es invaluable cuando estás lanzando un nuevo producto, sitio o campaña, ya que puedes obtener insights sobre las preferencias e intereses de tu audiencia en tiempo real. También te da la oportunidad de ajustar tu enfoque de contenido o crear alguna nueva campaña.
- 4 Impulso de tráfico a otras plataformas**

Puedes usar los lives para dirigir tráfico desde tu sitio web, otras redes sociales o cualquier plataforma que desees promocionar. Los visitantes a menudo se muestran interesados en oportunidades del live para recibir a los seguidores a visitar tu tienda online, registrarse en un evento o descargar una aplicación.
- 5 Facilidad y bajo costo**

Hacer un live no requiere grandes inversiones en equipamiento con la producción de videos en alta o cualquier plataforma. Simplemente con un teléfono móvil y una conexión a internet puedes comenzar a transmitir.

- Pieza gráfica 1.5



- Pieza gráfica 1.6



- **Pieza gráfica 1.7**



- **Pieza gráfica 1.8**



- **Pieza gráfica 1.9**

**“Utiliza las historias para humanizar tu marca”**

Publica contenido detrás de cámaras, el día a día de tu equipo, o eventos en vivo y crecerás en gran medida.

**SIGUE NUESTRO PERFIL**

📞 6014 9007

🌐 francisco Avelar Ramírez

- **Pieza gráfica 10.1**

**¿Quieres fidelizar a tus clientes?**

**SIGUE ESTOS PASOS**

- ✓ Ofrecer contenido valioso y relevante
- ✓ Establecer una comunicación cercana y constante
- ✓ Crear incentivos y recompensas
- ✓ Reconocer a los seguidores leales
- ✓ Incorporar contenido generado por usuarios (UGC)
- ✓ Mantener la transparencia y autenticidad

@frankramirez

- Pieza gráfica 1.11

**POTENCIALIZA LA ATENCIÓN AL CLIENTE**

Permite crear vínculos de confianza entre el cliente y la marca.

- ✓ Inclusión
- ✓ comunicación bidireccional
- ✓ fidelidad
- ✓ consumo de la marca
- ✓ Buena propaganda de boca en boca

@frankramirez

- Pieza gráfica 1.12

**¿Sabes para qué te serviría el Storytelling en tus redes sociales?**

**Construye confianza**

El storytelling auténtico genera confianza, ya que no se centra únicamente en vender un producto, sino en compartir experiencias, valores o aprendizajes. Al ser transparentes y mostrar historias reales sobre cómo tu producto ha ayudado a otros o sobre cómo tu empresa nació de una visión.

**FACILITA LA COMPRENSIÓN DE MENSAJES COMPLEJOS**

A través de una historia, puedes mostrar cómo tu solución impacta la vida de las personas de una manera comprensible y atractiva.

**Promueve el boca a boca digital**

Las historias cautivadoras tienen mayor probabilidad de ser compartidas. Si tu contenido toca una fibra emocional o es inspirador, los usuarios querrán compartirlo con sus redes. Esto amplía tu alcance y exposición de manera orgánica, haciendo que más personas conozcan tu marca a través de recomendaciones de amigos o familiares.

@FRANKRAMIREZ

- **Pieza gráfica 1.13**

<b>2 razones por la que debes colaborar con influencers o creadores de contenido para crecer tu marca</b>	
<b>Alcance ampliado y acceso a audiencias específicas</b>  Los influencers ya tienen comunidades de seguidores leales y activos, lo que te permite acceder a un público más amplio y específico sin tener que construirlo desde cero.	<b>Generación de confianza y credibilidad</b>  Los influencers suelen tener una relación de confianza con su audiencia, que valora sus recomendaciones. Al asociarte con un influencer, tu marca se beneficia de esa confianza y credibilidad ya establecidas.

- **Pieza gráfica 1.14**

Utiliza estrategia SEO

Las palabras claves ayudan a que tu marca sea la primera en recibir visitas por ser lo que muchos usuarios buscan.

@frankramirez

Esríbenos te responderemos

- Pieza gráfica 1.15

Francisco Ramirez

# ENFOCA TU ENERGÍA EN TUS CLIENTES

Ajusta tu enfoque en los clientes que tienes, haz ajustes que encajen en los gustos y capacidades de tus seguidores.

**ESCRÍBENOS** @frankramirez

Recibe consultorías de Marketing Digital

The graphic features a dark purple background with yellow and white decorative circles. It includes icons for a calendar, a target, a magnifying glass over a lightbulb, and a rocket. Two stylized figures are shown: one sitting at a desk with a laptop and another holding a large pink megaphone.